

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam Penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti ialah metode penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif menurut Machmud dalam “*Tuntunan Penulisan Tugas Akhir*” (2016:51), menjelaskan pendekatan penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan, menganalisis fenomena, aktivitas sosial, peristiwa serta pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Sehingga dalam metode ini peneliti berusaha menjelaskan dan mendeskripsikan masalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *online shop* Giyomi dalam menarik minat pembeli.

3.2 Tipe dan Dasar Penelitian

Tipe dari penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yakni memberikan penjelasan/penjabaran dalam bentuk gambaran tentang suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Jadi peneliti disini bertindak sebagai seorang yang mengamati saja, peneliti hanya melakukan pembuatan kategori perilaku serta mengamati gejala yang sedang terjadi. Fokus riset ini adalah perilaku yang sedang terjadi dan terdiri dari satu variabel (Kriyantono, 2009). Dengan demikian hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan judul penelitian, akan memberikan gambaran mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran *Online Shop* dalam menarik minat pembeli.

Dasar penelitian yang digunakan adalah naturalistik. Penelitian naturalistik lebih menekankan pada kealamiah sumber data, karena penelitian yang dilakukan pada kondisi yang alami (Sugiyono, 2010). Jadi peneliti melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran *Online Shop* Giyomi dalam Menarik Minat Pembeli sesuai dengan keadaan yang alami tanpa ada rekayasa ataupun dibuat – buat pada aktifitas dilapangan maupun di media sosial lainnya dan hasil wawancara tersebut kepada karyawan Giyomi, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif tersebut, maka data yang diperoleh akan dipaparkan secara lengkap, mendalam dan jelas.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2018. Tempat penelitian *Online Store* Giyomi terdapat di Kertajaya Indah Tengah VI H202 Surabaya - Jawa Timur.

3.4 Subjek Penelitian

Dalam hal ini, peneliti menggunakan *Purposive Sampling* untuk dapat menentukan subjek. Menurut Rosady dalam “*Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*” (2010:157), *Purposive Sampling* merupakan pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun karakteristik subjek pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pemilik *online shop* yang aktif melakukan *update* produk minimal dua kali dalam satu bulan, sehingga jelas *online shop* tersebut aktif dalam memperbarui situsnya.
2. Pemilik *online shop* yang menguasai seputar target, sasaran, dan strategi dalam penjualan Giyomi minimal dua tahun.
3. Pemilik *online shop* yang mengetahui dan memahami sebagai pengelola akun sosial media seputar promosi dan penjualan di Giyomi minimal dua tahun.

Dari karakteristik yang telah disebutkan diatas, subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Yudha Prasetyo
2. Nadia Prasetyo

3.5 Sumber Data

Menurut Rosady (2013:156) sumber data adalah subjek dari mana suatu data di dapatkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumber dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan sebagai bentuk opini subjek secara individual atau kelompok yang mendapatkan hasil dari observasi terhadap karakteristik suatu pengujian tertentu.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media lain yang dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu berupa catatan maupun laporan dokumentasi.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan peneliti, yaitu:

1. Observasi

Observasi ialah suatu kegiatan untuk mencari data yang digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan, oleh karena itu peneliti menggunakan observasi yang bersifat terstruktur. Dimana dalam pelaksanaannya, peneliti akan mengamati dan mencatat suatu kegiatan yang sedang dilakukan oleh narasumber/responden. Kaitan observasi yang dilakukan oleh peneliti dapat berupa hal-hal yang dilakukan oleh pemilik *online store* dalam proses pemasaran hingga interaksi yang berlangsung dengan konsumen.

2. Wawancara

Peneliti melakukan pertukaran informasi melalui tanya jawab dengan responden, yakni pemilik *Online Store* Giyomi dan pengelola akun Instagram @Giyomi.Id. Wawancara yang dilakukan peneliti bersifat semistruktur, tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Peneliti membuat beberapa pertanyaan yang dapat dikembangkan untuk memperoleh jawaban dari responden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan bertujuan untuk mendapatkan data dari peristiwa yang sedang atau sudah dilakukan oleh responden.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Herdiansyah (2010:158), dalam bukunya yang berjudul “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” analisis data merupakan serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang dihasilkan oleh peneliti melalui proses analisis data dan prosedur yang ditentukan agar dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya. Teknis analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah teknis data model Miles dan Huberman (1984), dengan beberapa proses sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian, pada saat penelitian, dan akhir dari penelitian untuk mendapatkan data yang relevan.

2. Reduksi Data

Reduksi data ialah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) untuk di analisis.

3. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data dapat diartikan sebagai kumpulan informasi berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori yang tersusun dalam bentuk teks naratif.

4. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti akan memberikan kesimpulan dari data yang sudah diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan.

3.8 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang telah digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode Triangulasi. Sehingga dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi Sumber, karena peneliti dapat melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik *store* dan berinteraksi dengan konsumen *online shop* Giyomi sehingga peneliti bisa mendapatkan hasil penelitian secara detail. Dengan kata lain triangulasi ialah membandingkan atau mengecek ulang suatu informasi/data yang diperoleh peneliti melalui wawancara, observasi ataupun dokumentasi dari sudut pandang yang berbeda.